**Verificación masiva del Perfil de Empresa de Google y Yext**

Cuando pones en marcha Google con Yext, creamos una integración entre Yext y tu cuenta de Perfil de Empresa de Google (GBP). Utilizamos los datos limpios y precisos que se almacenan en la plataforma para actualizar los listings en tu cuenta de GBP. A continuación, Google utiliza los datos de GBP para actualizar Google Maps y las tarjetas de conocimientos. Sin embargo, para que Google pueda «confiar» en los datos de tu cuenta de GBP, debes *verificar* que eres el propietario o el representante autorizado de esos listings. Este proceso se conoce como verificación. La verificación generalmente se realiza a través de una postal, que Google enviará a la dirección de tu empresa con un número de verificación para confirmar que eres realmente el propietario de la empresa en esa dirección. Puedes obtener más información sobre la verificación [aquí](https://support.google.com/business/answer/7107242?hl=en).

Si tu negocio tiene más de 10 locales, Yext puede ayudarte a configurar la verificación en bloque para tu cuenta. Con la verificación en bloque, todos tus anuncios se publicarán y se verificarán tan pronto como los actualices o los añadas a través de Yext.

Para determinar si tu cuenta reúne los requisitos para la verificación masiva, primero debemos recopilar cierta información preliminar. Completa la siguiente lista de control y Yext trabajará con Google para determinar si cumples los requisitos:

**Lista de control**

| **Pregunta** | **Respuesta (rellena este campo)** |
| --- | --- |
| 1. ¿Cuál es el correo electrónico principal de tu cuenta de GBP?

*Consulta la información sobre prácticas recomendadas* [*aquí*](#_heading=h.35nkun2)*.* |  |
| 2) Contacto de GBP: indica nombre y dirección de correo electrónico*\*La dirección de correo electrónico de contacto debe ser la de la marca para demostrar la relación del contacto con la empresa.* | **Nombre**: **Dirección de correo electrónico**:  |
| 3) ¿Has compartido todos los listings de tu cuenta de GBP con Yext? *\*Si hay algún listing en tu cuenta que no hayas compartido con Yext, marca “No”.* | Sí/NoSi la respuesta es **no** o no estás seguro/a,haz clic [aquí](#_heading=h.1ksv4uv) |
|  Si la respuesta a la pregunta 3 es no, proporciona más información sobre los motivos por los que no se han compartido esos locales con Yext.  |  |
|  Si la respuesta a la pregunta 3 es no, ¿todos los listings que no se comparten con Yext tienen presentes los ID de tienda y sitios web? | SÍ/NOSi la respuesta es **no** o no estás seguro/a, haz clic [aquí](#_heading=h.44sinio). |
| 4) ¿Tienes todos los locales de tu marca en tu cuenta de GBP? | SÍ/NOSi la respuesta es **no** o no estás seguro/a, haz clic [aquí](#_heading=h.2jxsxqh). |
| 5) ¿Algunos de tus locales son áreas de servicio o negocios virtuales? | SÍ/NOSi la respuesta es **no** o no estás seguro/a, haz clic [aquí](https://support.google.com/business/answer/9157481?hl=en&co=GENIE.Platform%3DAndroid) para más información. |
| 6) ¿Tienes un localizador de tiendas en tu web? | SÍ/NOSi la respuesta es **no** o no estás seguro/a,haz clic [aquí](#_heading=h.1y810tw) para más información |
|  En caso afirmativo, proporciona el enlace: |  |
| 7) ¿El enlace Localizador de tiendas tiene la lista de todos los establecimientos? | SÍ/NOSi la respuesta es **no** o no estás seguro/a, haz clic [aquí](#_heading=h.2xcytpi) para más información. |
| 8) ¿La marca de la empresa se muestra con claridad en las páginas de las tiendas? | SÍ/NOSi la respuesta es **no** o no estás seguro/a, haz clic [aquí](#_heading=h.1ci93xb) para más información. |
| 9) ¿Son idénticos los nombres de todos los listings de tu cuenta de GBP? Si no lo son, ¿las convenciones de nomenclatura que empleas son **coherentes** y están **vinculadas con la marca principal**? | SÍ/NOSi la respuesta es **no,** haz clic [aquí](#_heading=h.3whwml4) para más información |
| 10) ¿Puede Google tomar fotos fácilmente de los escaparates de tus locales con sus coches de Google Street View? *Si tus locales se encuentran dentro de otro edificio (por ejemplo, en un centro comercial, en oficinas compartidas u otro edificio compartido, o si eres una empresa del área de servicios)*, responde “No”.*Por qué:**Google se basa en las fotos del escaparate para asegurarse de que tu local existe. Por lo tanto, es posible que Google te pida que proporciones fotos del escaparate para recibir la verificación masiva. Te pedimos que te prepares para esta posibilidad, a fin de garantizar que el proceso de verificación se desarrolle con la mayor fluidez posible* | SÍ/NO |
| 11) ¿Has pasado alguna vez por el [proceso de solicitud de verificación masiva](https://support.google.com/business/answer/4490296?hl=en) de Google? | SÍ/NO |
|  En caso afirmativo, proporciona el ID de caso (el número que figura en el asunto del correo que te envió un representante de Google)Otros: actividades estacionales, marcas vinculadas a una marca principal |  |
| 12) ¿Tienes actualmente listings duplicados o suspendidos en tu cuenta de GBP? | SÍ/NO |

**Remite esta lista de control a tu representante de Yext, ¡gracias!**

Más información

**Elegir un correo electrónico principal**

* Debe ser la dirección de correo electrónico que utilizas para acceder a tu cuenta de GBP, y debes ser el propietario principal de la cuenta de GBP y de todos los listings que contenga.
* Google recomienda utilizar un correo electrónico genérico con una URL de dominio (p. ej. *listings@yext.com* o *listings@gmail.com*) en lugar del correo electrónico individual de un usuario (p. ej. *Juangarcia@yext.com*).
	+ Nota: Necesitarás una dirección de correo electrónico de dominio (p. ej. listings@***yext.com***) para confirmar que eres un representante autorizado de la empresa.
* Utilizar un correo electrónico genérico en lugar del correo electrónico de un usuario te permite transferir la propiedad fácilmente si un individuo de va de la empresa.

[Volver a lista de control](#_heading=h.1fob9te)

**¿Has compartido todos los listings de tu cuenta de GBP con Yext?**

* Si la respuesta es negativa, no significa que automáticamente te quedes sin opciones de obtener la verificación masiva. No obstante, queremos constatar cómo están el resto de tus listings en caso de que nos soliciten más información.
* Si has respondido no, **exporta los listings que no hayas compartido con Yext y envíaselos por correo electrónico a tu representante de Yext.**

Puedes encontrar instrucciones sobre cómo descargar los locales de GBP [aquí](https://support.google.com/business/answer/3478406?hl=en), en la página de ayuda del Perfil de Empresa de Google, o seguir los pasos que te indicamos a continuación:

* Inicia sesión en tu cuenta de GBP y accede a los grupos de locales o listings que no has compartido con Yext.
* Selecciona todas las ubicaciones (marca la casilla en la columna de la izquierda) > Acciones > Descargar ubicaciones.
* Descarga el archivo como XML e incluye fotos; no es necesario incluir actualizaciones de Google.
* Envía estos archivos por correo electrónico a tu representante de Yext.

[Volver a lista de control](#_heading=h.3dy6vkm)

**¿Todos los listings que no se comparten con Yext tienen ID de tienda, números de teléfono y sitios web?**

**Códigos de tiendas**

* Debes asignar un código de tienda (o un identificador único) a cada uno de los locales de tu cuenta de Perfil de Empresa de Google.
* Códigos de tiendas:
	+ Deben ser únicos para cada ubicación.
	+ Deben tener entre 1 y 64 caracteres.
	+ No pueden contener espacios en blanco ni delante ni detrás.
	+ No pueden contener caracteres especiales.
	+ No pueden contener ninguna URL.
* Para consultar todos los requisitos de Google relativos a los códigos de tiendas, [haz clic aquí](https://support.google.com/business/answer/3370250?hl=en#storecode).
* Para obtener información sobre cómo añadir los códigos de tienda que faltan directamente en tu cuenta de Perfil de Empresa de Google, [haz clic aquí](https://support.google.com/business/answer/4542487).

[Volver a lista de control](#_heading=h.3dy6vkm)

**Sitios web**

* Google requiere que proporciones un sitio web que represente cada una de las ubicaciones de la empresa.
* Google no aceptará sitios web que enlacen a páginas de redes sociales.
* Sin una página web específica del local, podemos proseguir con la verificación masiva, aunque ello puede reducir las posibilidades de lograrla.
* [Consulta las recomendaciones detalladas de Google sobre los criterios de sitios web.](https://support.google.com/business/answer/3038177#websitephone)

[Volver a lista de control](#_heading=h.30j0zll)

**¿Tienes todos los locales de tu marca en tu cuenta de GBP?**

* Debes añadir a tu cuenta de GBP todas las ubicaciones en las que opera tu empresa.
	+ P. ej., si tienes 100 tiendas, debe haber 100 locales en tu cuenta de GBP
	+ Si has registrado 10 locales con Yext, tendrás que encargarte de añadir los 90 locales restantes a tu cuenta de GBP
		- [Crea una hoja de cálculo de subida en bloque de GBP](https://support.google.com/business/answer/3370250?hl=en&ref_topic=4596653)
		- [Formato de dirección para la subida en bloque de GBP](https://support.google.com/business/answer/6397478?hl=en&ref_topic=4596653)
		- [Cómo importar una hoja de cálculo de subida en bloque a GBP](https://support.google.com/business/answer/4542428?hl=en&ref_topic=4596653)
	+ Si estás probando tu empresa con Yext y no tienes todos los listings en tu cuenta de GBP, habla con el gestor de tu cuenta acerca de tus opciones para seguir adelante con la verificación masiva
* Ten en cuenta que las agencias que administran varias empresas en una misma cuenta de GBP no son aptas para la verificación masiva ([cita literal de Google](https://support.google.com/business/answer/4490296?hl=en)).
* **Qué puedes hacer si administras varias cuentas de GBP de empresas:**
	+ Cada empresa debe solicitar individualmente la verificación masiva.
	+ Después de recibir la verificación masiva, la empresa puede compartir la propiedad del grupo (o grupos) de locales contigo.
	+ A continuación, tendrás acceso a la(s) cuenta(s) verificada(s) de forma masiva.

[Volver a lista de control](#_heading=h.1t3h5sf)

**¿Tienes un localizador de tiendas en tu web?**

* **Un localizador de tiendas es siempre imprescindible para la verificación masiva**.
	+ Google lo utilizará como una fuente de datos fiable para contrastar que la información entre el localizador y tu cuenta de GBP sea veraz y coherente.
* Yext pone a disposición de las empresas [Pages](https://www.yext.com/products/pages/), un producto que les permite crear localizadores de tiendas para sus páginas específicas de locales. Puedes obtener más información sobre [Pages aquí](https://help.yext.com/hc/en-us/articles/360021568911-Pages-Overview) y no dudes en ponerte en contacto con tu gestor para el éxito del cliente si necesitas más detalles.

[Volver a la lista de verificación](#_heading=h.17dp8vu)

**¿El enlace del localizador de tiendas tiene la lista de todos los locales?**

* Una respuesta negativa puede suponer un serio revés para la verificación masiva.

[Volver a la lista de verificación](#_heading=h.3rdcrjn)

**¿La marca de la empresa se muestra con claridad en las páginas de las tiendas?**

* Todos los locales deben tener el mismo nombre a menos que la representación de la empresa en el mundo real varíe de forma coherente de un local a otro.
	+ Los geomodificadores (p. ej., «en Springfield» o «en el centro comercial Oakdale») solo se permiten en el nombre de la empresa si la señalización de la fachada del establecimiento refleja ese geomodificador. En este caso, recopila fotos de la fachada y/o licencias comerciales de los establecimientos para remitírselas a Google.
* Si los nombres de las empresas varían, debe quedar claro que todas las empresas están vinculadas a la misma empresa matriz.
* Puedes encontrar más información sobre las políticas de identidad corporativa de Google [aquí](https://support.google.com/business/answer/3038177#chains).

[Volver a la lista de verificación](#_heading=h.3rdcrjn)

**Submarcas**

* Si tienes varios tipos de negocio (submarcas, múltiples departamentos o varios tipos de operaciones como venta al por menor y al por mayor), estas entidades distintas también pueden tener un nombre distinto, **siempre y cuando se aplique de manera coherente a todos los locales de ese negocio**.
	+ Si tu submarca tiene un sitio web exclusivo, tanto el sitio de la submarca como el de la empresa matriz deben mencionar la afiliación entre empresas.
	+ Si algunos de tus locales utilizan de forma coherente un nombre distinto en el mundo real, por ejemplo en la fachada, en la web, material de oficina, etc., pueden emplear este nombre diferente.
	+ Variaciones de nombre aceptables: "Intercontinental New York Barclay"; "PFK" (locales en Quebec) y "KFC" (para locales en Estados Unidos y Canadá).
* Puedes encontrar más información sobre las políticas de submarcas de Google [aquí](https://support.google.com/business/answer/3038177#chains).

[Volver a la lista de verificación](#_heading=h.qsh70q)